

**AVVISO PUBBLICO PER LA SPONSORIZZAZIONE DI INTERVENTI DI RESTAURO
DELLE PERMANENZE DELL'ANTICO COMPLESSO DI SANTA MARIA DELLA PACE,
OGGI OSPEDALE PESENTI - FENAROLI DI ALZANO LOMBARDO**

Approvato con deliberazione n. 1008 del 22 novembre 2018.
Termine di scadenza per la presentazione delle proposte: 31 marzo 2019.

Visti gli artt. 19 e 151 del d.lgs 18 aprile 2016 n. 50;

Visto il D.Lgs n. 42 del 22 gennaio 2004;

Visto il DM del 19 dicembre 2012 rubricato: "Approvazione delle norme tecniche e linee guida in materia di sponsorizzazioni di beni culturali e di fattispecie analoghe o collegate" per le parti tuttora vigenti;

Vista la circolare n. 17461 del 9 giugno 2016 dell'Ufficio legislativo del Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo, che reca indirizzi applicativi in tema di sponsorizzazione dei beni culturali come prevista dal nuovo codice degli appalti:

**ASST BERGAMO EST di concerto con il Comune di Alzano Lombardo e la
Parrocchia di San Martino Vescovo**

RENDE NOTO

Di procedere alla ricerca di soggetti pubblici e privati, interessati a stipulare un contratto di sponsorizzazione per la realizzazione e/o finanziamento di interventi di conservazione e valorizzazione delle permanenze dell'antico complesso di Santa Maria della Pace, oggi Ospedale Pesenti Fenaroli di Alzano Lombardo.

Art. 1 – Soggetto promotore delle iniziative

ASST BERGAMO EST, di seguito Azienda, in qualità di soggetto responsabile della procedura di sponsorizzazione assume il ruolo di sponsee. Il presente avviso è da intendersi finalizzato alla ricezione di offerte di sponsorizzazione da parte di operatori potenzialmente interessati. Con il presente avviso non è indetta alcuna procedura competitiva e, pertanto, non sono previste graduatorie, attribuzioni di punteggi o altre classificazioni di merito. L' Azienda si riserva di individuare i candidati con i quali stipulare il contratto di sponsorizzazione.

Il presente avviso non costituisce un invito a presentare offerta al pubblico ai sensi dell'art. 1336 c.c. o promessa al pubblico ai sensi dell'art. 1989 c.c.

Art. 2 – Definizioni .

Per "**contratto di sponsorizzazione**" si intende: un contratto a prestazioni corrispettive mediante il quale la Azienda (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a versare una determinata somma di denaro o a fornire a titolo gratuito un bene o un servizio, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale, il logo, il marchio, i prodotti, in appositi e predefiniti spazi pubblicitari o ulteriori vantaggi secondo quanto previsto dal presente avviso;

- per "**sponsorizzazione**" si intende: ogni contributo in denaro, beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale, la propria attività, per conseguire un beneficio di immagine.

Art. 3 – Oggetto della sponsorizzazione.

Le offerte di sponsorizzazione avranno ad oggetto gli interventi dettagliatamente descritti nelle schede allegate al presente avviso del quale formano parte integrante. Le descrizioni contengono il programma di massima di ogni specifico intervento, la tipologia di sponsorizzazione (finanziaria e/o tecnica) richiesta per lo stesso nonché i valori (complessivi e/o dettagliati per singole attività) stimati per la sua realizzazione. I valori attesi, ove indicati, non costituiscono in ogni caso vincolo per la formulazione dell'offerta di sponsorizzazione in quanto è possibile presentare offerte anche di importo inferiore.

Art. 4 – Destinatari dell'avviso.

L'avviso a manifestare il proprio interesse è rivolto a soggetti pubblici o privati (persone fisiche o giuridiche), associazioni senza scopo di lucro o altri soggetti, in possesso dei requisiti di ordine generale di cui all'art.80 del D.lgs.vo 50/2016 per contrarre con una Pubblica Amministrazione, che intendono promuovere la propria immagine attraverso la collaborazione con l'Azienda, concorrendo alla realizzazione degli interventi di restauro.

I soggetti potranno partecipare individualmente o nelle forme associate previste dal D.Lgvo 50/2016. Sono ammessi a partecipare anche soggetti privati in qualità di procuratori speciali ("collettori di sponsor" - a titolo indicativo agenzie di comunicazione, agenzie di pubblicità, agenzie di fund raising, ect) – muniti di procura o con promessa di munirsi di procura che comunque dovrà essere presentata prima dell'aggiudicazione definitiva.

Art. 5 – Obblighi dello Sponsor.

La prestazione per la quale lo Sponsor si impegna potrà consistere:

- a) in sponsorizzazione *finanziaria*, attraverso il versamento all'Azienda di un importo a sostegno degli interventi prescelti;
- b) in sponsorizzazione *tecnica indiretta*, attraverso l'esecuzione di lavori, la fornitura di beni e servizi mediante il ricorso ad altri soggetti dal medesimo scelti e remunerati;
- c) sponsorizzazione *tecnica diretta* attraverso l'esecuzione di lavori, la fornitura di beni e servizi in natura o relativi alla propria attività d'impresa;

d) in forma *mista*, composta da erogazione economica e tecnica.

In caso di sponsorizzazione finanziaria, il soggetto selezionato come sponsor ha quale obbligo principale l'erogazione della somma offerta entro il termine assegnato a mezzo di comunicazione scritta da parte dello sponsee.

In caso di sponsorizzazione tecnica, per la fornitura di servizi o l'esecuzione di lavori, con riferimento alla specificità di ogni singolo intervento, lo sponsor dovrà essere dotato di idonea copertura assicurativa ordinaria per la propria attività e predisporre, ove richiesto, la progettazione, da sottoporre previamente all'Azienda, nonché procedere all'acquisizione di eventuali nulla osta, permessi, autorizzazioni, oltre che realizzare il lavoro/servizio/fornitura con maestranze qualificate secondo la vigente normativa e fornire le certificazioni di avvenuta realizzazione a regola d'arte.

Rimangono, più in generale, a carico dello sponsor le spese relative al pagamento di imposte, tasse, canoni e corrispettivi previsti da leggi e/o regolamenti derivanti dall'esecuzione del contratto e dalla realizzazione degli interventi sponsorizzati

Art. 6 – Impegni dello Sponsee.

Ai soggetti individuati come sponsor, l'Azienda garantisce, in generale, la visibilità negli strumenti di promozione ed i benefit come risultano individuati nelle schede allegate al presente avviso, relative a ciascun progetto o iniziativa oggetto di sponsorizzazione.

Resta ferma la possibilità per l'Azienda di disporre, in relazione alle singole sponsorizzazioni, non solo forme di gradazione e differenziazione delle proprie controprestazioni modulate in relazione all'offerta dei partecipanti, ma anche altre forme di controprestazione diverse da quelle di cui sopra, se ritenute idonee in base alla natura ed entità della sponsorizzazione, al tipo di iniziativa sponsorizzata, nonché alle richieste avanzate dall'offerente.

A questo proposito, a fronte della proposta di sponsorizzazione ricevuta l'Azienda effettuerà una valutazione circa l'effettiva possibilità e/o opportunità di offrire allo sponsor, nell'ambito dello specifico intervento sponsorizzato, le ulteriori controprestazioni richieste dallo stesso, nonché una valutazione di congruità tra il valore delle controprestazioni richieste dallo sponsor e la prestazione offerta (finanziaria e/o tecnica) dallo stesso.

Laddove non sia riscontrata la possibilità di garantire una o più delle controprestazioni richieste dallo sponsor e/o non vi sia un giudizio di congruità da parte dell'Azienda, le parti potranno coerentemente ridefinire in sede contrattuale prestazioni e controprestazioni diverse da quelle sopra elencate, se ritenute idonee in base alla natura ed entità della sponsorizzazione, al tipo di intervento sponsorizzato, nonché alle richieste eventualmente avanzate dall'offerente.

Art. 7 - Sponsorizzazioni escluse.

L'Azienda si riserva la facoltà di non accettare proposte qualora:

- ravvisi situazioni di conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- ravvisi un possibile danno alla propria immagine o alle proprie iniziative;
- reputi la proposta inaccettabile per motivi di pubblico interesse.

Sono in ogni caso **escluse** le sponsorizzazioni riguardanti:

- propaganda di natura politica, sindacale, religiosa o filosofica;
- pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici e farmaceutici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, armi, giochi d'azzardo;
- messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia di qualunque genere;
- il mancato rispetto delle pari opportunità.

Sono altresì escluse le proposte di chi non è in possesso dei requisiti di ordine generale di cui all'art.80 del D.lgs.vo 50/2016 per contrarre con una Pubblica Amministrazione o che abbia in atto controversie giudiziarie con l'Azienda.

Art. 8 – Proposte di sponsorizzazione: contenuti.

Le proposte di sponsorizzazione possono essere presentate in relazione ad una o più delle iniziative e attività indicate all'art. 3, devono essere redatte utilizzando l'apposito modulo e contenere i seguenti elementi:

a) dati del proponente (dati anagrafici e fiscali del soggetto giuridico proponente: ditta – ragione/denominazione sociale, sede legale, numero di codice fiscale/partita IVA; indirizzi (anche casella di posta elettronica cui far pervenire tutte le comunicazioni attinenti all'avviso);

b) dati anagrafici, il codice fiscale e la carica ricoperta del legale rappresentante e dell'eventuale firmatario della proposta qualora persona diversa;

c) breve illustrazione dell'attività, della sua dimensione economica e delle politiche di marketing;

d) autocertificazione/dichiarazione sostitutiva di atto notorio in cui il legale rappresentante dichiara che il soggetto proponente rappresentato:

- non si trova in alcuna delle condizioni di esclusione previste dall'art.80 D. Lgs. n. 50/2016 e in alcuna ulteriore condizione che impedisca di contrattare con la Pubblica Amministrazione;

- l'inesistenza dello stato di fallimento, liquidazione coatta o concordato preventivo o di procedure concorsuali in corso, per la dichiarazione di una delle sopra indicate situazioni;

- è in regola con le norme che disciplinano il diritto al lavoro dei disabili, ai sensi della legge 68/99;

- l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla normativa antimafia o dalla sottomissione a misure di prevenzione;

- esclude in modo tassativo dai propri messaggi pubblicitari oggetto della presente proposta di sponsorizzazione qualsiasi elemento contenente:

- propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- pubblicità diretta collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, alcolici e farmaceutici, materiale pornografico o a sfondo sessuale, armi e giochi d'azzardo;
- messaggi offensivi, incluse espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia di qualunque genere;

- di avere preso visione dell'avviso e della relativa documentazione e di accettarne pertanto tutti i contenuti ai fini della formale successiva stipula dell'accordo di collaborazione in caso di avvenuta individuazione quale sponsor, con particolare ma non esclusivo riferimento all'art. 7 "Esclusione sponsorizzazione";

- di impegnarsi ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti derivanti dalla sottoscrizione del contratto di sponsorizzazione;

- di non avere in atto controversie giudiziarie con l'Azienda;

- di non esercitare attività in situazioni di conflitto di interesse con l'attività pubblica;

- di autorizzare il trattamento dei dati contenuti nell'offerta esclusivamente nell'ambito e per i fini istituzionali dell'Azienda (D.Lgs. N. 196/2003 e Regolamento Europeo n. 679/2016);

e) la/le attività che si intende sponsorizzare, di cui all'elenco indicato all'art.3, e le modalità di sponsorizzazione:

- *se finanziaria*, indicare l'entità (sia in cifre che in lettere) - IVA esclusa -, della somma che si intende erogare (qualora vi sia discordanza tra l'importo espresso in lettere e l'importo espresso in cifre, quest'ultimo prevarrà sul primo); la somma si intenderà destinata al finanziamento dell'intervento e sarà utilizzata dall'Azienda in funzione delle concrete esigenze organizzative; l'eventuale mancato integrale utilizzo della somma corrisposta dallo sponsor rimarrà a disposizione dell' Azienda, senza che questi possa avanzare alcuna pretesa al riguardo;

- *se tecnica*, indicare la prestazione riferita alla/e attività sponsorizzate, ed il relativo valore di mercato complessivo - IVA esclusa -;

- *se mista*: indicare l'entità del contributo finanziario che si intende erogare - IVA esclusa - e la prestazione riferita alla/e attività sponsorizzate, oggetto dell'avviso, indicandone il valore di mercato - IVA esclusa -;

f) eventuali proposte di specifiche modalità di controprestazioni a carico dell' Azienda comunicazione e/o divulgazione del proprio logo, ulteriori a quelle indicate, per ogni /iniziativa, nelle schede di dettaglio allegata al presente avviso.

Alla proposta dovrà essere allegata fotocopia di un documento di identità del legale rappresentante o, qualora persona diversa, di chi la sottoscrive. L' Azienda, per ragioni di razionalità dell'azione amministrativa, si riserva di non prendere in esame e non considerare ammissibili proposte di sponsorizzazione di valore inferiore a € 200,00.

Art. 9 – Termine e modalità di presentazione delle proposte.

Le proposte di sponsorizzazione, con la documentazione di cui all'art. 8, dovranno pervenire a mezzo di : - Posta elettronica certificata (PEC), anche se non corredata di firma digitale, all'indirizzo: protocollo@pec.asst-bergamoest.it – o raccomandata postale RR oppure anche a mano con consegna all'Ufficio Protocollo dell' Azienda in busta chiusa.

Nell'oggetto della PEC o, qualora si opti per l'invio cartaceo, sull'esterno della busta dovrà essere posta la dicitura “Proposta di sponsorizzazione di interventi di restauro delle permanenze dell'antico complesso di Santa Maria della Pace”. Le proposte di sponsorizzazione dovranno pervenire entro il termine di scadenza indicato nel presente avviso.

Art. 10 – Esame delle proposte.

In caso di affidamento diretto da parte del Direttore UOC Gestione tecnico patrimoniale per importi fino alla soglia di €. 40.000,00, il medesimo provvede all'esame delle proposte. In caso di interventi per importi superiori, il dirigente affida la sponsorizzazione su proposta di apposita Commissione nominata dalla Direzione aziendale. Essa valuta le offerte pervenute secondo il criterio del maggior finanziamento ovvero, in caso di sponsorizzazioni tecniche, del maggior valore complessivo stimato.

L'Azienda si riserva in ogni caso di effettuare una valutazione, oltre che alla luce del predetto criterio, anche in base alla pertinenza ed integrazione tra attività sponsorizzata e promozione dello sponsor. In linea generale l'Azienda si riserva, a proprio insindacabile giudizio, la facoltà di chiedere precisazioni ed integrazioni nonché di richiedere, sulla base di proprie esigenze, eventuali modifiche sui contenuti offerti, senza alcun vincolo per lo Sponsor.

Il numero di contratti di sponsorizzazione da stipulare sarà deciso dall'Azienda in base al valore delle offerte pervenute ed idonee e in base alla compatibilità delle diverse proposte di sponsorizzazione tra loro. In caso di candidature in diretta concorrenza tra loro, l'Azienda si riserva di avviare, nel rispetto dei principi di trasparenza e parità di condizioni tra i contraenti, una negoziazione diretta con gli offerenti, anche al fine di verificare la possibilità di indirizzare una delle offerte su altre iniziative e attività, non escludendo, comunque, la possibilità di una coesistenza delle proposte.

L'Azienda inoltre, qualora ne rilevi l'opportunità, si riserva di conferire la qualifica di main sponsor (sponsor esclusivo) al miglior offerente ovvero qualora un offerente garantisca il finanziamento o la copertura di almeno l'80% dei costi di una iniziativa. Al fine di evitare la presenza di un numero eccessivo di sponsor, che impedirebbe di garantire a questi l'adeguata visibilità, l'Azienda si riserva di non ammettere la stipula di contratti di sponsorizzazione, per ciascuna attività di cui all'art.3, in numero superiore a 2, in ordine di valore e in base ai criteri di cui al presente articolo.

In ogni caso le offerte di sponsorizzazione non sono da considerarsi vincolanti per lo sponsee ai fini della formalizzazione del contratto.

Nel caso in cui l'obiettivo di copertura atteso derivante dalle sponsorizzazioni (“Costo previsto”) non fosse raggiunto o anche per sopraggiunti motivi di ordine organizzativo o finanziario, l'Azienda si riserva la possibilità di non dar corso in tutto o in parte ai progetti per i quali è stata formulata la proposta di sponsorizzazione o di posticiparla in altro periodo. E' vietata qualsiasi forma di cessione, anche parziale, del contratto di

sponsorizzazione. L'Azienda procederà alle aggiudicazioni in funzione delle scadenze e delle date delle iniziative e attività di cui all'art.3); gli atti di aggiudicazione saranno pubblicati sul sito internet dell'Azienda.

Art. 11 – Contratto di sponsorizzazione.

I rapporti tra l'Azienda e lo sponsor, saranno disciplinati da apposito contratto di sponsorizzazione nella forma di scrittura privata.

Nel solo caso di sponsorizzazione tecnica, per l'esecuzione del contratto, lo sponsor contraente potrà richiedere di servirsi, previo assenso dell' Azienda, di prestazioni effettuate da altri soggetti giuridici (c.d. sub-sponsor), fermo restando che di ogni aspetto relativo al contratto tra Azienda e sponsor, risponderà unicamente quest'ultimo.

Detti soggetti giuridici dovranno previamente rendere all' Azienda, al pari dello sponsor, le dichiarazioni circa il possesso dei requisiti di cui all'art. 80 d.lgs. 50/2016 necessari per contrattare con le Pubbliche Amministrazioni e saranno sottoposti, per quanto applicabili, agli stessi obblighi e adempimenti previsti dal presente Avviso.

A beneficio degli stessi soggetti potranno essere garantite, a richiesta dello sponsor e previa autorizzazione dell' Azienda, controprestazioni in termini di visibilità nel rispetto di quanto disciplinato all'art. 5, purché detta visibilità non sia prevalente rispetto a quella garantita allo sponsor stesso. I soggetti che verranno individuati come sponsor potranno godere dei vantaggi fiscali derivanti dagli investimenti in contratti di sponsorizzazione previsti dalla normativa vigente.

Art. 12 – Fatturazione

Per l'Azienda, ai sensi del DPR 633/1972, artt. 1, 4 e 11, l'operazione concernente la sponsorizzazione è soggetta ad IVA, in misura pari all'aliquota ordinaria (22%) applicata sul valore della prestazione dello sponsee.

Art. 13 – Proposte spontanee di sponsorizzazione.

Qualora, scaduto il termine, non siano pervenute offerte di entità complessiva tale da coprire tutti i fabbisogni evidenziati nell'elenco di cui all'art 3, l' Azienda si riserva la facoltà di recepire anche proposte spontanee di sponsorizzazione che dovessero pervenire al di fuori del presente avviso per le medesime finalità, nonché di negoziare direttamente con potenziali sponsor.

Analogamente l'Azienda si riserva la facoltà di recepire anche proposte spontanee di erogazioni liberali che dovessero pervenire al di fuori del presente avviso per le medesime finalità.

Art. 14 - Penali

Fatta salva ogni e maggior tutela ai sensi delle norme del codice civile, ivi incluso il risarcimento del maggior danno ai sensi dell'art. 2043, in caso di inadempimento rispetto all'obbligazione contrattuale di sponsorizzazione imputabile allo sponsor aggiudicatario, quest'ultimo sarà obbligato a versare all' Azienda, entro giorni solari 15 dalla contestazione dell'inadempimento, una somma pari al doppio del valore della sponsorizzazione aggiudicata.